

ABSTRAK

Jasa transportasi menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting bagi hampir kebanyakan orang. Seiring dengan perkembangan masyarakat, jasa industri transportasi sekarang sangat beragam misalnya: ada yang menawarkan jasa taksi motor dengan harga yang murah, angkutan umum bis trans-Jogja yang bisa berpindah-pindah dari halte ke halte tanpa membayar lagi sesuai dengan ketentuan yang ada, taksi mobil dengan variasi pelayanan yang ditawarkan, ada yang taksi mobil dengan kapasitas penumpang besar dan ada yang menawarkan kupon berhadiah atau potongan harga.

Pada penelitian ini adalah menentukan tingkat kepentingan relatif masing-masing atribut dari jasa transportasi serta profil segmentasi konsumen jasa transportasi berdasarkan tingkat kepentingan relatif masing-masing atribut bagi masing-masing konsumen, mengetahui masukan yang dapat diberikan terhadap *bussiness plan* untuk penyedia jasa transportasi.

Profil jasa penyedia transportasi yang diinginkan konsumen adalah penyedia transportasi dengan layanan tarif tidak terlalu mahal dengan persentase 11.811%, kenyamanan 7.849%, kapasitas penumpang 8.325%, jadwal pemberangkatan 6.923%, area 6.872%, komunikasi karyawan 7.301%, jalur/rute 7.842% dan akses transportasi 8.464%. Dari analisis klaster dihasilkan 8 segmen dan diketahui faktor demografi yang mempengaruhi pembentukan segmen secara signifikan yaitu jenis kelamin, status perkawinan, usia, pekerjaan, pendapatan rata-rata dan pendidikan.

Keywords : Transportasi, Konjoin analisis, Klaster

ABSTRACT

Transportation service becomes a very important requirement for the almost most people. Along with the development of community services, transport industry is very different now for example : there is a motorcycle taxi service offers a cheap price, public transport bus trans-jogja that can move from shelter to shelter without paying again in accordance with existing regulations, taxi cars with a variety of services offered, there is a taxi car with a large passenger capacity and there that offer prices or discount coupons.

In this study is determine the relative importance of each attribute of transport services and transport services consumer segmentation profiles based on the relative importance of each attribute for each consumer, knowing which input can be given to the business plan for a transportation services provider.

Profile transportation services providers that consumers want a provider of transportation services less expensive fare with the percentage of 11.811%, 7.849% comfort, passenger capacity of 8.325%, 6.923 departure schedules, area of 6.872%, 7.301% of employee communications, the path/route of 7.842% and 8.464% of transportation access. From the cluster analysis produced 8 segments and have known demographic factors that influence the formation of a significant segment of gender, marital status, age, occupation, average income and education.

Keywords : Transportation, konjoin analysis, cluster